ESPECIAL

**Ano 1 - nº 2**

É uma publicação mensal da Editora Escala Ltda., produzida pelo estúdio

Opera Graphica

**Direção Editorial**
Carlos Mann

**Editor**
Sergio Pereira Couto

**Direção de Arte**
Alessandro Librandi

**Editoração Eletrônica**
SAGA PUBLISHING LTDA.

**Colaboradores**
Ricardo Jorge S. Rodrigues, Pablo Ferreira, Yuri Goya

**Revisão**
Alessandro P. e Silva

**Diretor-Presidente**
Hercílio de Lourenzi

**Gerente Administrativo**
Nilson Luis Festa

**Gerente de Operações Gráficas**
Jamil de Almeida

**Assessoria**
Vera Lúcia de Moraes

**Fotolito**
VTO

**Impressão**
Globo Cochrane Gráfica

**Distribuição para todo o Brasil**
DINAP

**Editora Escala**
Rua Estela Borges Morato, 573
Bairro do Limão - São Paulo - SP
02722-000
Fones: (011) 266-3166
(011) 265-1127

# EDITORIAL

Colecionar e jogar. São dois aspectos de uma competição que chamam a atenção dos consumidores de todas as idades. A idéia de que a peça que você segura é rara ou única no universo dos jogos desperta um certo sentimento de desafio. E que, às vezes, funciona.

No caso dos card games, depois que o pioneiro Magic estreou, não demorou muito para que virasse mania internacional. Hoje quase todos os principais assuntos da área do entretenimento, de clássicos de ficção científica (Jornada nas Estrelas e Guerra nas Estrelas) a RPGs (como Vampiro e Lobisomem) já tem versão em cartas comuns, raras e ultra-raras.

Mas colecionar demanda ter dinheiro, e nessa as crianças ficam de fora. Pois não há mesada que aguente. Mas não significa que elas foram desprezadas. Prova disso está nos salgadinhos da Elma Chips, que trouxeram o Tazo, atual mania também entre adolescentes. E a Panini aproveita a deixa para introduzir outras peças onde, pelo menos, não há a necessidade de comer salgadinhos para ganhá-las.

Todos gostam de ver o que há de mais interessante e que "faz a cabeça da moçada". Como a onda do bichinho virtual, vinda do Japão e que já começa a criar raízes por aqui. Não é coleção, mas atrai o mesmo público que, hoje, gasta em cards e em salgadinhos.

Pobres mães que, convivendo com as manias dos filhos, têm que se preparar para agradá-los. Mas sempre é bom ter uma competição por perto, desde que seja sadia.

Aqui o leitor vai encontrar matérias especiais que introduzirão os card games mais vendidos do momento, apresenta novas manias e traz uma lista completa de Magic além de check-lists para verificar se seu deck está o mais completo possível.

É a partir daqui que você deve descobrir aquele sentimento que o levará a novos desafios... e que, com certeza, gostará!

Os Editores

# ÍNDICE

De tempos em tempos surge alguma moda que faz a criançada correr desesperada para os pais, ou melhor, para a carteira dos pais. É bichinho virtual, tênis que acende luzinha, bat-bang (pra quem não tem a mesma idade que eu, são aquelas malditas bolinhas amarradas numa cordinha que fazem um barulho infernal, sem falar na terrível dor no pulso quando você erra...), Magic (alías, esse já saiu da moda e virou vício irreversível) e por aí vai...

Mas uma nova moda apareceu nas bancas que não ataca tão ferozmente o bolso do seu pai ou do meu. Não, não é uma arma supertrifásica de plutônio dirilitium. A grande moda atende pelo nome de pog! É, só isso: pog. Ok, ok, eu explico o que é um pog. É uma chapinha de papelão redonda de mais ou menos 4 cm. de diâmetro que, seguindo o exemplo do bom e velho bafo de figurinhas, serve para você arranjar uma big coleção e um monte de amiguinhos. Que, diga-se de passagem, podem virar inimiguinhos, se você jogar bem...

Com um monte dessas chapinhas (suas e de seus "ainda" amigos), você faz uma pilhas no chão e arremessa uma chapinha mais grossa que geralmente é de plástico chamada Slamer. Se você acertar a pilha, todos os pogs que virarem de lado são seus! E pronto, você ganhou um grupinho louco pra te pegar na próxima esquina. Mas, isso tudo é brincadeira: os pogs são uma nova mania que veio dos Estados Unidos no ano passado e que vêm fazendo uma festa nas escolas, parques e muitos outros lugares. Tanto que uma famosíssima marca de salgadinho triplicou suas vendas dando pogs de brinde.

Muito parecido com as tradicionais figurinhas, os pogs também acabaram virando coisa de colecionador. Como as figurinhas, tudo pode ser um bom motivo para virar um belo e colorido pog. A Editora Escala (Acertou! Que fez essa revista que você está lendo!) acaba de lançar sua coleção de pogs com os personagens da Turma do Gabi, com 32 modelos diferentes, supercoloridos e exclusivos. E não pára por aí: em breve você ainda vai poder aumentar sua coleção com os Dinopogs, uma coleção de peso, com divertidos dinossauros prontos para arrebentar qualquer *chapinha de salgadinho* que pintar na frente.

Não fique de fora dessa mania e comece hoje mesmo a colecionar e enfrentar sua turma, derrubando pilhas e pilhas de pogs. Nós garantimos sua diversão!

# PO

## POGS E CAPS VIRAM MANIA ENTRE

### COLEÇÕES DA PANINI BUSCAM CONSILIDAR O TAZO DOS SALGADINHOS I

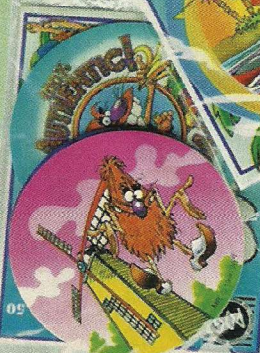
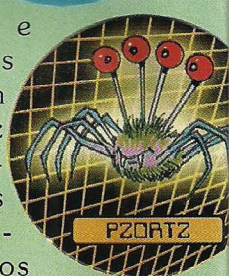
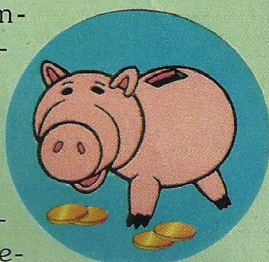
Muitos brinquedos de apelo irresistível seduziram crianças e adolescentes durante anos. Afinal quem de nós nunca teve vontade de possuir um iô-Iô, um bambolê, um álbum de figurinhas? Mas os tempos mudam e os jovens passar a ter outros interesses, como os brinquedos eletrônicos e os computadores.

Há quase oito anos atrás, mais precisamente no exótico paraíso tropical chamado Havaí, nascia uma mania que viria, conquistar o público mais jovem e ameaçar a hegemonia de computadores e video games: uma professora usou tampinhas de garrafa de leite e de sucos de frutas para atrair a atenção de seus alunos bolando jogos baseados em memória e associação de símbolos. Nascia aí a mania dos POGs.

A sigla vem das frutas típicas dos sucos em questão, Passion (maracujá), Orange (laranja) e Guava (goiaba). Logo as crianças havaianas começaram a usar as tampinhas com outras funções, como decoração de cadernos, bottons, distintivos e até como peças de novos jogos que iam surgindo pelo caminho.

Mas o estouro dos POGs somente aconteceu quando empresas alimentícias resolveram industrializar e oferecê-los como brindes. Não demorou muito e derivações dos POGs foram surgindo, cada vez mais especializadas, como os CAPs (POGs usados em outros jogos, muitos lembrando o velho bafo de figurinhas).

PZORTZ

No Brasil, esta mania não é nova. Há um ano e meio atrás veio a primeira tentativa de mostrar o jogo através da Brahma, que tentou fazê-lo através de seu refrigerante Sukita. Porém muitas pessoas apontam o motivo do insucesso como sendo a baixa qualidade gráfica das peças e o pouco capital investido. Mas

VENS E ADOLESCENTES

ENTO ABERTO PELO JOGO
CHIPS

POR SÉRGIO PEREIRA COUTO

como a mania continuou se espalhando pelo mundo (conquistou países como Inglaterra, Holanda, Japão, México, França e Espanha; agora está penentrando no leste europeu), a idéia ficou adormecida, esperando uma nova oportunidade.

O jogo é apontado por muitos psicólogos, pediatras e especialistas em geral como sendo ideal para desenvolver a coordenação motora das crianças, despertando o espírito competitivo e promovendo a integração e a socialização dos jovens.

***Merchandising*** - É claro que, como toda mania, logo foi se tornando colecionável. Então as empresas que lançaram as peças logo entram na onda dos acessórios, como os porta caps, tubos parecidos com aqueles onde guardamos moedinhas para trocos, mas com o formato dos POGs. Ou melhor, dos CAPs. É um produto destinado principalmente a crianças dos três aos nove anos.

A Panini, que publica no Brasil vários álbuns ilustrados e cards de heróis da Marvel, está lançando uma nova linha de CAPs (intitulada Panini CAPs), aproveitando que o produto se tornou um sucesso graças à iniciativa da empresa Elma Chips (veja matéria nesta edição), que lançou seus próprios CAPs, com o nome de Tazo (tampinha em espanhol).

"Os produtos podem ser comprados em pacotinhos separados sem precisar consumir qualquer tipo de salgadinho", diz José Eduardo Martins, presidente da Panini. "A criança pode ter sua coleção de Tazo e incrementá-la com alguns de nossos CAPs com motivos de Walt Disney ou dos Power Rangers, dependendo de seu gosto pessoal. A moda costuma ser passageira na maioria dos países onde o investimento requiriu muito dinheiro. Mas em lugares como os Estados Unidos e, acredite se quiser, em Israel, virou uma mania tão intensa que até hoje saem novas coleções."

As coleções já estão à venda em bancas de jornais e lojas especializadas. Algumas delas são conhecidas como Smash CAPs, ou seja, para conseguir as peças, o jogador deve atirar um slammer (peças de plástico um pouco mais pesado que é

atirada para virar as peças).

Não é aconselhável, em nenhuma hipótese, deixar estas peças perto de crianças menores de três anos.

As coleções já disponíveis da Panini são:

**1)** O Rei Leão - São, no total, 36 CAPs e três slammers em embalagens que trazem 4 ou 6 peças mais um slammer. Importado da Itália. Coleção de smash CAPs.

**2)** Toy Story - Aqui são 70 CAPs e oito slammers em embalagens com 4 peças e um slammer. Importado do Canadá. Coleção de smash CAPs.

**3)** Alien Smash CAPs - Seis slammers diferentes e 96 alienígenas em pacotes com seis CAPs e um slammer. Importado da Itália. Vem com um card onde o jogador pode marcar as peças que vem conseguindo e saber maiores detalhes sobre as naves que são retratadas nos slammers (tudo em inglês).

**4)** POG Man - Setenta POGs que são vendidos em pacotes com três unidades e são usados para os jogos de memória citados no começo desta matéria.

**5)** Power Rangers - Flying CAPs (peças com as bordas dentadas do mesmo tipo visto nas do jogo Tazo) importados da Itália e vendidos em pacotinhos com cinco unidades.

***Como Jogar*** - Se você topar com alguma criança que queira jogar CAPs com você, não se acanhe. Se você ainda se lembra dos seus velhos dias como jogador de bafo, verá que a diferença não é lá grande coisa.

O jogo é, originalmente, projetado para dois participantes, mas podem ser reunidas até seis crianças em cada grupo. Cada um deve ter, pelo menos (no caso de Smash CAPs) um slammer e uma quantidade de peças (que pode variar dependendo dos jogadores). É formado, então, um círculo e decidida a ordem de jogo. Forme colunas de CAPs com a face voltada para baixo. Cada participante, em sua vez, lançará um slammer contra a coluna de peças, visando virar o maior número possível em cada lance. As peças viradas serão do jogador em questão. Ganha quem virar mais peças.

"O mercado será útil se puder absorver novos conceitos de diversão para os jovens", ressalta José Eduardo Martins. "Apostamos que, com o atual sucesso da Elma Chips (que aumentou suas vendas de salgadinhos em mais de cem por cento), o consumidor brasileiro está pronto para, finalmente, escapar das garras dos eletrônicos e se dedicar a coisas mais simples, como fizeram seus pais no passado. Não é à toa que já vemos em nosso país profissionais da área de ensino querendo usar essas peças para aumentar o interesse das crianças em áreas consideradas difíceis de existirem interesse, como matemática."

# JOGO TAZO VIRA FEBRE E ABRE MERCADO NACIONAL PARA POGS

A INICIATIVA DA ELMA CHIPS JUNTA O GOSTO PELO JOGO E A MANIA DOS COLECIONÁVEIS

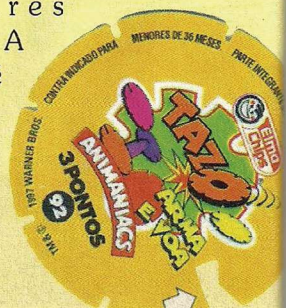
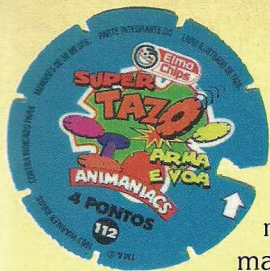
POR
SÉRGIO PEREIRA COUTO

A Mania dos POGs chegou definitivamente às praias brasileiras graças à iniciativa da empresa Elma Chips, que com sua linha de salgadinhos, já vem agradando o público de todas as idades, que se acostumou a colecionar suas figurinhas com motivos diversos. Agora, através do jogo Tazo, criado para o público infantil entre 7 e 14 anos, a mania que conquistou vários países da América e Europa está disponível dos colecionadores.

Desde março deste ano, a campanha, com um investimento recorde (US$ 7 milhões) aumentou as vendas dos salgadinhos da empresa em mais de cem por cento, segundo sua assessoria de imprensa. A publicidade incluiu campanhas na televisão e em revistas infantis, mostrando como usar as peças que, em sua primeira coleção, vinham com os famosos personagens da Warner Bros., os Looney Tunes: Pernalonga, Patolino, Gaguinho e outros. A distribuição dos Tazos cobriu shoppings, parques, clubes e mais de quatro mil escolas de 40 cidades brasileiras em estados como Rio de Janeiro, São Paulo, Rio Grande do Sul, Ceará, Goiás, Bahia e Paraíba. Foram, ao todo, 3 milhões e 600 mil peças e folhetos explicativos, ensinando as regras.

Já pensando em prolongar a mania o máximo possível (pois a idéia tem a fama de ser passageira entre os empresários e não durar mais do que oito meses no máximo), já estão disponíveis acessórios para os jogadores, como o Tapetazo (pequeno tapete de espuma de borracha que serve de base para o jogo), o Master Tazos (slammer da coleção, mais resistente, que é lançado sobre os demais, encontrado tanto no kit como nos pacotes de salgadinhos) e o Porta-Tazos (tubo plástico para guardar as peças), que serão distribuídos através de embalagens sortidas ou em kits produzidos para a promoção, distribuídos pelos postos de venda da Elma Chips.

"O que diferenciou o Tazo de outras experiências in bag com figurinhas já feitas pela empresa foi que, pela primeira vez, juntamos o colecionismo com a atividade do jogo, como fazem os card games para adolescentes e pessoas mais velhas", diz o diretor de marketing da Elma Chips, Fernando Mazzarolo. "Aguardamos o momento certo para lançar o Tazo e estamos confiantes no resultado final. As experiências positivas em outros países e o perfil de nosso público-alvo são dados animadores para atingirmos nossos objetivos."

**Sucesso** - Em vários países, a mania serviu para aumentar as vendas de salgadinhos em cinquenta por cento em média. A venda do livro ilustrado (álbum para colecionar os Tazos) registrou na Holanda a marca de um milhão e meio de exemplares vendidos. A expectativa é de que, com o enorme

sucesso atingido no Brasil, esta marca acabe sendo ultrapassada.

No mês de junho entrou em ação a segunda fase da campanha. Com o slogan "A Loucura Continua", foi lançado o Tazo Arma e Voa. Trata-se de Flying CAPs (veja explicação na matéria sobre os CAPs e POGs da Panini nesta edição), como os Power Rangers da Panini. Com sessenta ilustrações novas, desta vez trazendo os Animaniacs de Steven Spielberg, as bordas destas peças são dentadas e, ao contrário de outros CAPs, são atirados e ligados uns aos outros.

Para esta fase foram preparados três milhões e 600 mil Tazos, que deverão cobrir mais de quatro mil escolas.

O sucesso da coleção-jogo, que está tirando as crianças da frente de eletrônicos e instigando novamente o gosto pela integração social, está sendo cumprimentada por pais e educadores. Enquanto as primeiras peças, com os Looney Tunes, seguem a regra básica do "atire, vire e ganhe", os novos Tazos seguem outra linha, a do "encaixe, puxe e lance", explicada no verso das embalagens dos salgadinhos e em peças publicitárias na Televisão com duração de 30 e 15 segundos.

No total, serão 215 milhões de novos Tazos versão Flying CAPs em todo o Brasil. Os acessórios da primeira onda farão parte da nova etapa com algumas adaptações e alterações na comunicação visual para diferenciar da fase anterior.

**Casos** - Curioso são os casos que a assessoria de imprensa da Elma Chips divulgou. Aqui estão alguns deles:

- Depois de ter roubada a sua coleção de 52 Tazos, que havia levado para a aula de inglês, o garoto Paulo César, de Indaiatuba (SP), ficou dois dias sem comer. Assustada com a reação do filho, sua mãe, Patrícia, ligou para a Elma Chips, conseguindo uma nova coleção para o filho.
- A cadeia de lojas de departamentos Wall-Mart montou a maior "ilha" de produtos da história das redes, com sete metros de largura e quatro metros de altura, nos moldes de um castelo, somente com os kits multi-pack de Tazos, que se acabaram em uma semana.
- O colégio Educare, da rede Pitágoras, de Minas Gerais, está usando Tazos como atividade de aplicação da matemática, incorporado às apostilas.
- Diversas maneiras de se brincar com Tazos estão sendo inventadas pelas crianças: jogo da memória, enfeite para cadernos, como bottons em camisetas e mochilas etc.

Várias cantinas de escola estão com enormes filas de espera, algumas com até seis folhas, de crianças que estudam à atrde,esperando pelos salgadinhos da Elma Chips, que se esgotam sempre pela manhã.